

Pressmeddelande 2024-04-04

Oförändrad ränta ger hopp bland Sveriges e-handlare

Efter ett dystert 2023 ser svenska e-handlare ljusare på 2024. Det visar Svea Banks undersökning E-handelsläget, besvarad av 514 svenska e-handlare. Tre av fyra tror på tillväxt under årets första kvartal. Endast fem procent förutspår negativ tillväxt, vilket närmast är en halvering från samma period föregående år.

Förra året var tufft för många e-handlare. I Sveas undersökning uppger 39 procent att verksamheten inte var lönsam under Q4 2023. Trots det är e-handlarna nu mer positiva än på länge inför årets första kvartal, där tre av fyra tror på positiv tillväxt. Sett till enskilda branscher står kategorin Byggvaror/ Trädgård ut som den bransch med högst andel e-handlare som förväntar sig tillväxt.

Över hälften, 57 procent, bedömer att rådande köpkraft bland Sveriges hushåll kommer ha störst negativ påverkan på tillväxten. Men oron har blivit mindre jämfört med samma period 2023. Antalet e-handlare som oroar sig över ränteläget och inflationen har minskat ännu mer, med hela 13 procentenheter.

– Tilltron till marknaden har blivit starkare, vilket är glädjande att se. Utfallet för Q1 2024 är det mest positiva vi har sett på länge. Än har det inte skett några räntesänkningar, men sviten av höjningar är bruten. Det är sannolikt en av anledningarna till att både e-handlare och konsumenter vågar se ljusare på 2024, **säger Emma Lindgren, expert på konsumtion och digitalisering på Svea Bank.**

Vad gäller försäljningskanaler visar Sveas undersökning att allt fler kommer att anamma en omnikanalstrategi för att bredda sin försäljning. Utöver själva e-handeln svarar 39 procent av respondenterna att försäljning även sker i en egen fysisk butik. Var femte säljer sina produkter/tjänster via andra fysiska återförsäljare och 13 procent via andra digitala återförsäljare. Åtta procent uppger att försäljning sker via marknadsplatser såsom Amazon, CDON med flera – en siffra som enligt e-handlarna kommer mer än dubbleras under året.

E-handlarnas tillväxtstrategier i osäkra tider

E-handlarna verkar vara överens om vad vägen till ett lönsamt första kvartal är – att gasa i stället för att bromsa. På frågan vad man planerar att göra för att optimera sin verksamhet under första kvartalet uppger 37 procent att de ska satsa på marknadsföring i sociala medier eller influencersamarbeten. Nästan lika många, 36 procent, väljer att utveckla eller köpa in nya produkter. Var fjärde e-handlare ser dock ett behov av att skala ned kostnader eller verksamheten.

– Vi ser överlag en strategisk optimism och vilja bland e-handlarna att satsa på sin verksamhet detta kvartal. Det viktiga här blir att positionera sig för en hållbar tillväxt där lönsamhet är fokus – att satsningarna ligger i linje med de långsiktiga affärsmålen, **säger Emma Lindgren.**

Topp fem: de mest positiva e-handelsbranscherna

1. Byggvaror / trädgård
2. Skönhet / Hälsa (produkter, smink, hudvård, etc)
3. Begagnat / Vintage (kläder, möbler, prylar, etc)
4. Tjänster (pt, psykolog, service, kurser, behandlingar resor, etc)
5. Dagligvaruhandel (mat, apotek, hälsokost, etc)

Kontakt:

Emma Lindgren, expert på konsumtion och digitalisering, Svea Bank

E-post: emma.lindgren@svea.com

Telefon: 070 215 04 15

Om Sveas betallösningar

Sveas betallösningar används av 15 000 e-handlare i Norden med 7,5 miljoner betalande kunder. Erbjudandet består av betallösningar för e-handel och fysisk butik där Svea möter konsumenternas förväntningar på en smidig kundupplevelse och handlarnas behov av hög konvertering. Affärsområdet är en del av Svea Bank AB. Läs mer på svea.com.

Om E-handelsläget

E-handelsläget är Svea Banks kvartalsvisa undersökning där svenska e-handlare svarar på frågor om e-handel, deras verksamhet och aktuella ämnen som är relevanta för svensk e-handel. Denna upplaga av undersökningen genomfördes mellan 23 januari och 18 februari 2024 och besvarades av 514 e-handlare. E-handelsläget har genomförts sedan 2016, tidigare under namnet E-handelsindikatorn.

Bilaga**Har verksamheten varit lönsam de senaste tre månaderna?**

Ja	56,7%
Nej	39%
Vet ej	4,3%

Hur upplever du att tillväxten var för er verksamhet under Q4 2023 (oktober, november, december)?

Mycket stark	3,9%
Stark	21,6%
Svag	32,8%
Ingen tillväxt	28,2%
Negativ tillväxt	13,6%

Hur tror du att tillväxten kommer att vara för er verksamhet under årets första kvartal (januari, februari, mars 2024)?

	Q1 2024	Q1 2023	Procentuell förändring
Mycket stark	2,7%	1,4%	92,9%
Stark	23,1%	20,5%	12,7%
Svag	48,7%	44,9%	8,5%
Ingen tillväxt	20%	23,7%	-15,6%
Negativ tillväxt	5,4%	9,4%	-42,6%

Vad av följande tror du kommer att ha störst negativ påverkan på verksamhetens tillväxt under årets första kvartal (januari, februari, mars 2024)? (Flervalsalternativ, max fem svar)

	Q1 2024	Q1 2023	Förändring i procentenheter
Rådande köpkraft hos Sveriges hushåll	56,8%	66,5%	-9,7
Räntor och inflation	43,2%	56,3%	-13,1
Priset på utländsk valuta/svag krona	30,9%	N/A	N/A
Hårdare konkurrens på marknaden	23%	19,6%	3,4
Minskad efterfrågan på produkt/tjänst	22,4%	12,5%	9,9

Höga kostnader kopplat till marknadsföring och försäljning	19,8%	N/A	N/A
Dåliga produktmarginaler	16,1%	N/A	N/A
Geopolitisk oro (t.ex. kriget i Ukraina)	14,4%	27,1%	-12,7
Rådande energipriser	13%	55,1%	-42,1
Ineffektiv/ingen marknadsföring	11,1%	8,4%	2,7
Rådande bränslepriser	9,7%	39,8%	-30,1
Dålig likviditet i bolaget	8,9%	N/A	N/A
Logistiska utmaningar som påverkar leveranser och retur	5,4%	8,4%	-3
Problem/höga kostnader kopplat till lagerhållning	4,3%	6,1%	-1,8
Köppplevelsen i e-butiken	3,5%	3%	0,5
Politiska beslut och ändrade regelverk (t.ex. export- och importavgifter, dataintegritet, EU-direktiv)	3,7%	6,2%	-2,5
Bristande/för få betallosningar	1,8%	1,2%	0,6
Misslyckad expansion till nya marknader	1,6%	N/A	N/A
Färre anställda	1,4%	N/A	N/A
Återgång till fysisk handel	0,6%	N/A	N/A
Fler anställda	0,6%	N/A	N/A
Bristande kundservice	0,4%	0,9%	-0,5
Annat	5,6%	3,7%	1,9
Ingenting	1,9%	1,6%	0,3
Vet ej	2,5%	1,1%	1,4

Vad av följande tror du kommer att ha störst positiv påverkan på verksamhetens tillväxt under årets första kvartal (januari, februari, mars 2024)? (Flervalsalternativ, max fem svar) *

Ökad efterfrågan på produkt/tjänst	29,2%
Mer effektiv/bättre marknadsföring	22,2%
Bättre köppplevelse i e-butiken	15,6%
Bättre/ fler försäljningskanaler	15,2%
Räntor och inflation	14,8%
Kostnadseffektiv marknadsföring och försäljning	14,6%
Minskad konkurrens på marknaden	12,5%
Bra produktmarginaler	12,5%
Rådande köpkraft hos Sveriges hushåll	12,5%
Bättre kundservice	11,5%
God likviditet i bolaget	9,1%
Expansion till nya marknader	9,1%
Billigare/mer effektiv lagerhållning	6%
Rådande bränslepriser	5,1%
Bättre/ fler betallosningar	4,9%
Rådande energipriser	4,5%
Smidigare logistik, leveranser och retur	4,1%
Återgång till fysisk handel	3,5%
Fler anställda	3,3%
Färre anställda	1,9%
Geopolitisk oro (t.ex. kriget i Ukraina)	1,8%
Politiska beslut (t.ex. export- och importavgifter, dataintegritet, EU-direktiv)	1,8%
Annat	2,7%
Ingenting	4,3%
Vet ej	8,4%

Sker försäljningen i någon annan kanal utöver den egna e-handeln?

Via egen fysisk butik	39,3%
Via andra fysiska återförsäljare	19,1%
Via andra återförsäljare online	13,4%
Via marknadsplatser (t.ex. Amazon, CDON)	7,9%
Via en egen app	2,4%
Annat	12,3%
Nej	32,7%

Överväger ni att addera ytterligare försäljningskanaler under det närmsta året?

Ja, andra fysiska återförsäljare	12,3%
Ja, andra återförsäljare online	11,2%
Ja, marknadsplatser (t.ex. Amazon, CDON)	9,7%
Ja, egen fysisk butik	5,9%
Ja, egen app	2,9%
Annat	2,2%
Nej	49,6%
Vet ej	20,6%

Vad har ni gjort/kommer ni att göra för att optimera verksamheten under årets första kvartal (januari, februari, mars 2024)?

Marknadsföring i sociala kanaler (t.ex. annonsering på Facebook, TikTok och influencersamarbeten)	37,4%
Produktutveckling och/eller inköp av nya produkter	36,2%
Marknadsföring via SEO, Google-annonsering, banners, radio och liknande	27%
Skala ned kostnader och/eller verksamheten	24,1%
Tillhandahålla fler rabatter och erbjudanden	23,5%
Förbättra kundresan och/eller kundservicen	19,3%
Förhandla priser med leverantörer	18,1%
Nya försäljningsverktyg (t.ex. glömd kundkorg, rekommendationssystem, nyhetsbrevsverktyg)	17,3%
Addera fler försäljningskanaler (t.ex. fysisk butik, nya återförsäljare, digitala marknadsplatser, etc)	16,1%
Expandera till nya marknader	12,6%
Effektivare lager, leverans och logistiklösningar (t.ex. returhantering, fler leveranssätt)	10,1%
Anställa/utbilda personal	7%
Nya IT-system (t.ex. byte av e-handelsplattform, ekonomisystem)	6%
Söka finansiering	5,3%
Implementera AI-baserade tjänster (t.ex. kundtjänst, contentproduktion, textproduktion)	4,7%
Implementera hållbarhet i e-handeln (t.ex. fossilfria transporter, minskad klimatpåverkan i produktionskedjan, m.m.)	1,2%
Annat	1,8%
Ingenting	7,8%
Vet ej	2,5%